

6. Pennycook A. Popular Cultures, Popular Languages and Global identities // The Handbook of Language and Globalization / ed. by N. Coupland. — Wiley—Blackwell, 2010. P. 592—607.

L.G. Dunyasheva

Kazan, Russia

**Introducing the linguistic tendencies that accompany globalization processes
(on the example of song discourse)**

ABSTRACT. The paper focuses on the cultural and sociolinguistic aspects of rap as an instrument of global popular culture which influence the models of constructing youth identity. The author examines the recontextualization of global rap patterns in local contexts, stylization and hybridization, and the amelioration of African American slang on the example of English, Spanish, and Russian languages. The work reveals a special status of English as a prestigious language among the youth. Stylistically relevant peculiarities of rap lyrics are revealed and described, such as dysphemization, abundant slang and non-normative vocabulary, the use of foreign words, blending and contraction, intentional violations of standard spelling, figurativeness created by the use of metaphors, play upon words, comparisons, antitheses, proverbs and sayings, etc. The genre and linguistic peculiarities of African American, Spanish and Russian rap are compared. The author concludes that song contexts in rap are a vivid example of constructing class and ethnic solidarity and transnational meta-gender youth subjectivity.

KEYWORDS: song discourse, rap, globalization, language, linguistic cultural studies, ideology.

About the author: *Dunyasheva Liliya Gaffarovna, Candidate of Philology, Associate Professor of the Department of Roman Philology, Kazan Federal University; e-mail: lilynov@yandex.ru*

УДК 81.06

А.Г. Еренская

Челябинск, Россия

Английские фразеологизмы с колоративным компонентом *green*

Аннотация. В статье рассматриваются фразеологизмы английского языка, содержащие в своей структуре элемент цветообозначения *green*. Выделяются основные коннотативные значения и структурные особенности фразеологизмов. Исследуя природу происхождения фразеологизмов с цветообозначением, следует отметить, что они возникают в национальных языках на основе определенного образного представления реальности, согласно

которому фиксируется эмпирический, исторический и духовный опыт языкового коллектива. Лингвоцветовая картина мира реализуется в форме цветообозначений в отдельных лексемах, словосочетаниях, идиоматических выражениях и других вербальных средствах и органично входит в лексическую систему языковой картины мира. Согласно универсальной понятийной цветовой классификации Б. Берлина и П. Кея, *green* относится к третьей цветовой категории, следуя за основными категориями – *black*, *white*, *red*. Фразеологизмы с колоративным компонентом *green* могут передавать множество разнообразных значений, как положительных, так и отрицательных. Нами были выделены значения, связанные с растительностью и зеленью, экологией и охраной окружающей среды, свободой и разрешением, улучшением ситуации, молодостью и незрелостью, а также ревностью и завистью, болезнью и недомоганием. Проведенное исследование позволяет сделать вывод о важности изучения фразеологизмов, содержащих цветовой компонент, поскольку они отражают мировоззрение, культурные ценности и национальные традиции носителей языка.

Ключевые слова: фразеологизм, идиома, колоративный компонент, цветообозначение, цвет, зеленый

Сведения об авторе: *Еренская Анна Геннадьевна, старший преподаватель кафедры теории и практики английского языка, Челябинский государственный университет; e-mail: anaer@rambler.ru*

В современном мире наблюдается процесс расширения межкультурного пространства за счет развития коммуникационных и информационных технологий. Следовательно, растет потребность в коммуникации с разными культурами, народами и общностями. Культура, история, традиции и дух народа, как известно, отражаются в его фразеологическом фонде. Фразеологизмы составляют значительную часть речевой деятельности представителя любого народа и представляют огромный интерес для лингвистических исследований.

Согласно В.Н. Телия, фразеологический состав языка – это «зеркало, в котором лингвокультурная общность идентифицирует свой национальное самосознание» [3, С. 9], поскольку фразеологизмы «навязывают» носителям языка особое мировосприятие.

История фразеологического состава языка – это история мировидения и миропонимания народа; это результат культурной интерпретации самих

фрагментов действительности с целью выразить свое ценностное или эмоционально значимое отношение к ним [3, С. 82].

На наш взгляд, национально-культурная специфика языка наиболее четко прослеживается в тех фразеологических единицах, в состав которых входит колоративный компонент, т.е. элемент цветообозначения.

Как известно, человек видит мир не черно-белым, а в цвете. На протяжении веков у каждого народа складывается свой определенный набор цветов, который зависит от национальных обычаев, менталитета, ценностей, мировоззрения, религии, окружающей среды, географической расположенности и пр. Особенности выбора и употребления цветового спектра отражается в быту (например, в национальных костюмах, домашней утвари) и, главное, в языке.

Цвет является одним из главных факторов в восприятии и концептуализации мира. Формы цветообозначения в языке складываются в единую лингвоцветовую картину мира. По мысли В. Гак, лингвоцветовая картина мира реализуется в форме цветообозначений в отдельных лексемах, словосочетаниях, идиоматических выражениях и других вербальных средствах и органично входит в лексическую систему языковой картины мира [2, С. 34].

Конкретный цвет может быть рассмотрен как символ всех объектов реальности, обладающих присущими данному цвету характеристиками и значимостями в отношении к человеку. Цвет предстает как символ и носитель общей идеи неких жизненных отношений, а также физиологических состояний и эмоций [4, URL].

Согласно классификации универсальных понятийных цветовых категорий Б. Берлина и П. Кея, максимальное число цветовых категорий – одиннадцать. Применительно к любому языку они выстраиваются в строгой последовательности: первая категория – *black, white*; вторая категория – *red*; третья категория – *green, yellow*; четвертая категория – *blue*; пятая категория – *brown*; шестая категория – *purple, pink, orange, gray* [5, URL].

Как видно из классификации, цветокомпонент *green* (зеленый) относится к третьей категории (наряду с *yellow*) и является одним из основных в данном понятийном ряду.

Ближайшим эквивалентом английского слова *green* служат слова, связанные с обозначением травы, растений или растительного мира в целом. Этимологически английское слово *green* восходит к древнеанглийскому *grene*, которое имеет общий корень со словами *grass* (трава) and *grow* (расти). Аналогично, зеленый цвет имеет такое же значение в немецком языке *grün* (от прагерманского *gronja*). Латинское слово *viridis* (зеленый) берет свое начало от *virere* (позеленеть (о растительности)) и *ver* или *veris* (весна). В дальнейшем, этот корень проник в некоторые романские языки, например, во французском – *vert*, в итальянском – *verde*, а также нашел свое отражение в английском *vert* (зеленый цвет в геральдике) и *verdure* (зелень, зеленая листва, зелёный цвет растительности).

Носители английского языка, когда их просят перечислить несколько образцов зеленого цвета, обычно упоминают траву, листья или свежую зелень (чаще всего траву). Это не означает, что диапазон зеленого цвета ограничен оттенками трав или цветом растительности в целом, а, скорее, данное понятие связано с «тем, что растет на земле» [1, С. 254].

В современной английской фразеологии данное значение *зелень, растительность* сохраняется: *greenbelt* – зеленые насаждения, зеленая зона; *a village green* – зеленая лужайка или парк в центре города; *green winter* – бесснежная зима; *to have green fingers* (брит.) / *to have a green thumb* (амер.) – быть умелым садоводом, иметь способности к выращиванию растений; *a greenhouse* – оранжерея, теплица.

Также приобретает близкое значение, связанное с *экологией и охраной окружающей среды*: *the greenhouse effect* – парниковый эффект; *to go green* – быть защитником окружающей среды, способствовать сохранению экологии; *green investing* – «зеленые» инвестиции, инвестирование в компании,

продвигающие экологически безопасные продукты или услуги; *green power* – экологически чистое топливо, энергоэффективное использование топливных ресурсов; *to greenwash something* (по аналогии с *to whitewash* – отбеливать) – вводить потребителя в заблуждение относительно экологичности какого-либо товара, продукта или деятельности, дезинформировать потребителя с целью создания имиджа ответственного отношения к окружающей среде.

Среди положительно-окрашенных значений можно выделить значение *свободы или разрешения*, основанное на том, что зеленый цвет ассоциируется с разрешающим сигналом светофора: *to give the green light* – дать «зеленый свет» кому-либо, дать свое одобрение, предоставить свободу действий; *a green card* (амер.) – Грин-карта (от цвета документа), вид на жительство США, разрешение на проживание и трудоустройство на территории США; *a green flag* – разрешение начать или продолжить что-либо делать (от применяемых в авто- и мотогонках зеленых флажков для сигнализации старта/рестарта гонки).

Положительная окраска присутствует в значении, связанном с *улучшением ситуации*: *green shoots (of recovery)* – (дословно) «зеленые побеги», оживление экономики, признаки экономического подъёма; *greener pastures* – лучшая жизнь, лучшие условия для жизни или работы.

Зелёный цвет также символизирует *молодость, незрелость, неопытность*: *to be green / as green as grass* – «зеленый», неопытный; *a green hand / a greenhorn* (амер.) – неопытный молодой человек, новичок, новобранец, «салага» (на корабле). Мы относим данное значение, как к положительной, так и отрицательной коннотации, поскольку обращение к человеку как к новичку или неопытному юноше или девушке может быть двойственным в зависимости от ситуации – снисходительно-покровительствующим или уничижительно-высмеивающим.

Отрицательная коннотация отражается в значении *ревность или зависть*: *to be green with envy* – позеленеть от зависти; *to look through green glasses* – ревновать, завидовать; *the green-eyed monster* – «чудовище с зелеными

глазами», чувство ревности. Интересно отметить, что последнее словосочетание впервые было использовано У. Шекспиром в трагедии «Отелло» в качестве метафоры, означающей ревность (*O, beware, my lord, of jealousy; It is the green-eyed monster*).

Помимо этого, семантика зеленого цвета предполагает негативное значение, связанное с *болезнью или недомоганием*: *to turn green* – «побледнеть», иметь болезненный вид, чувствовать себя плохо; *to be green around the gills* – иметь бледный вид, недомогать, страдать морской болезнью; *greensickness* – гипохромная анемия, хлороз (болезнь).

Нейтральная окраска наблюдается в ряде фразеологизмов с колоративным компонентом *green*, который означает *собственно цвет*: *green room* – артистическая уборная, гримерка (по часто используемому цвету стен); *a greenback* – бумажный доллар, банкнота (по окраске денежных купюр) и т.д.

Проведенный анализ также позволил нам выявить особенности на структурном уровне. В подавляющем большинстве фразеологических единиц, колоративный компонент *green* является прилагательным (*a green card, green winter*) и в некоторых случаях обладает предикативной сочетаемостью (*to be green, to be green with envy, to turn green*). Часть из них является прилагательными в сравнительной степени (*greener pastures, as green as grass*) и двукорневыми прилагательными (*the green-eyed monster*). Значительно реже встречаются собственно глаголы (*to greenwash something*) и двукорневые существительные (*a greenhouse, a greenback, greensickness*).

Подводя итоги, анализ эмпирического материала показал, что фразеологизмы с колоративным компонентом *green* в английском языке могут передавать множество разнообразных значений, как положительных, так и отрицательных. Среди положительно-окрашенных превалирует значение *борьба за экологию и окружающую среду*, а также *свобода и разрешение*. Такую особенность использования первой группы *борьба за экологию* мы связываем с этимологическими особенностями лексемы *green* (*grene = grass, grow*), которая

положила начало символическому значению – зеленый является цветом весны, созревания, растительности, плодородия. Вторая группа *свобода и разрешение* получила свое широкое распространение в связи с символикой данного цвета, принятой в мире для регулировки уличного движения (система цветowych сигналов светофора).

Наиболее многочисленной группой, несущую отрицательную коннотацию, является *состояние болезни или недомогание*, а также *ревность и зависть*. Мы можем предположить, что зеленый цвет, обозначающий *состояние болезни*, приписывается в связи с болезненным видом человека, «позеленевшего» от недомогания (аналогично с русским «бледный как смерть»). Ассоциация колоративного компонента *green* с *ревностью и завистью* во фразеологизмах берет свое начало от одного из шекспиризов, употребленного в трагедии «Отелло».

Итак, фразеологизмы с колоративным компонентом *green* широко используются в обыденной речи, в художественных произведениях, в публицистике. Они придают речи особую экспрессивность, образность, точность и отображают национально-культурную специфику языка.

ЛИТЕРАТУРА

1. Вежбицкая А. Язык. Культура. Познание. М.: Русские словари, 1996. 416с.
2. Гак В.Г. Диалог культур в свете общей теории диалога // Россия и запад: диалог культур. Тезисы 7-ой Международной конференции в МГУ. М.: МГУ, факультет иностр. языков, 2000. С. 34.
3. Телия В.Н. Культурно-национальные коннотации фразеологизмов. Славянское языкознание // М., 1996. 327с.
4. Яньшин П.В. Введение в психосемантику цвета // Учебное пособие. Самара: Изд-во СамГПУ, 2001. – 189 с. [Электронный ресурс]. URL: <http://colormind.narod.ru/YanshinMonograph/YnshinMngrphIndex.htm> (дата обращения: 05.06.2017).
5. Basic Color Terms: Their Universality and Evolution by Berlin and Kay. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.wonderfulcolors.org/blog/basic-color-terms-their-universality-and-evolution-by-berlin-and-kay> (дата обращения: 29.05.2017).

A.G. Erenskaya
Chelyabinsk, Russia

English Phraseological Units with the Colour Component *Green*

ABSTRACT. The article deals with the phraseology of the English language, containing in its structure an element of colour identification *green*. We tried to distinguish the main connotative meanings and structural peculiarities of phraseological units. Exploring the origin of phraseological units with colour identification, it should be noted that they arise in the national languages on the basis of a certain imaginative representation of reality, which is fixed according to empirical, historical and spiritual experience of a linguistic community. Lingvocolour picture of the world is realized in the form of colour names in individual lexemes, phrases, idioms and other verbal means and it is an integral part of the lexical system of a language. According to the universal conceptual colour classification by B. Berlin and P. Kay, *green* refers to the third colour category, following the main categories – *black*, *white*, *red*. According to our research, phraseological units with the *green* colour component can convey a variety of meanings, both positive and negative. We distinguished the meanings associated with vegetation and greenery, ecology and environmental protection, freedom and permission, improvement of the situation, youth and immaturity, as well as jealousy and envy, illness and disease. The research allowed to draw a conclusion about the importance of studying phraseological units containing a colour component, as they reflect the world outlook, cultural values and national traditions of native speakers.

KEYWORDS: phraseological unit, idiom, colour component, colour identification, colour, green.

About the author: *Erenskaya Anna Gennadyevna, senior lecturer of the Department of Theory and Practice of English, Chelyabinsk State University; e-mail: anaer@rambler.ru*

УДК: 82.091

О.Л. Заболотнева
Челябинск, Россия

Коммуникативная неудача как одна из особенностей англоязычного художественного дискурса (на примере университетских романов Д. Лоджа и Ф. Рота)

Аннотация. Университетский роман является составляющей англоязычного художественного дискурса и уникальным жанром, для академической среды которого характерны определённое место действия, герои, а также своеобразные лингвостилистические особенности. На первый